

Kuka pelastaisi verkkoalustojen tiedesisällöt?

Internetin verkkopalvelujen ja erityisesti niiden suosittelualgoritmien valta siihen, mitä ihmiset lukevat, katsovat tai kuuntelevat kasvaa koko ajan. Koronapandemia siirsi yliopistot nopeasti verkkoon, ja yhtäkkiä sekä opetus että tutkimus olivat miltei kokonaan eri verkkopalvelujen varassa. Nyt pian kahta vuotta myöhemmin Youtubesta voi löytää entistä enemmän laadukkaita luentosarjoja, yleisöluentoja tai tiedepodcasteja miltä tahansa tieteenalalta. Mutta mistä ja millä keinoin nämä sisällöt löytyvät nyt saati vuosien päästä?

Internetin suosituimpien verkkopalvelujen, kuten Youtuben, Facebookin, Twitterin tai Googlen liiketoiminta perustuu mainostamiseen. Mediatalojen tai yksittäisten käyttäjien tuottamien sisältöjen sekaan myydään mainoksia, ja mainoksia katsomaan ja kuuntelemaan houkutellaan mahdollisimman paljon käyttäjiä. Tästä on tullut erittäin kannattavaa liiketoimintaa: vuoden 2021 ensimmäisen vuosineljänneksen aikana esimerkiksi Youtuben keräämät mainostulot kasvoivat edellisvuodesta 49 prosenttia kuuteen miljardiin dollariin. Monopoli-tuotoilla Google voi kehittää Youtubea entisestään ja pitää sen samalla käyttäjilleen ilmaisena.

Pelkästään Youtubeen ladataan yli 500 tuntia videota joka minuutti, palvelun 2,3 miljardia aktiivista käyttäjää katsovat siellä joka päivä yli miljardi tuntia videoita. Tästä käsittämättömästä sisältömassasta pyritään suosittelualgoritmeilla erottelemaan videot, joiden seurassa mahdollisimman moni käyttäjä viihtyy mahdollisimman pitkään. Nämä sisällöt ovat parhaita sekä mainostamiseen että datan keräämiseen, ja mainosrahoitteisissa internetissä pärjää parhaiten se, joka saa vangittua kuluttajan huomion toisia tehokkaammin.

Tutkimussisällöt tai niitä seuraava yleisö eivät juuri kiinnosta mainostajia eivätkä suosittelualgoritmeja. Tieteellisiä sisältöjä on ylipäättään vaikea hyödyntää koneellisesti, sillä pienestä määrästä katsojadataa on vaikea löytää säännönmukaisuuksia suositteluja varten. Tarton yliopiston *Sobornost*-aiheisen luentosarjan seuraajalle on huomattavasti vaikeampi ehdottaa onnistuneesti uutta videota kuin venäläisistä liikenneonnettomuusvideoista pitävälle.

Youtuben kaltaisten verkkoalustojen käyttö luentojen ja muiden tiedesisältöjen jakamiseen on tullut jäädäkseen. Verkon palvelut ja laaja tarjonta avaavat tutkijalle aivan uusia mahdollisuuksia oppia ja seurata tutkimusta. Puisevan paneelikeskustelun puheenvuoro tai provokatiivinen heitto podcastissa voi olla käänteentekevä yksittäiselle tutkijalle. Etenkin kun näköpiirissä ei ole paluuta normaaliin opetukseen, saati matkoja tieteellisiin konferensseihin.

Keskeinen kysymys onkin se, millä tavoin tiedeyhteisö pitää huolta siitä, että verkkopalveluihin kertyvästä materiaalista olennainen – tai edes osa siitä – tavoittaisi kuulijansa nyt ja olisi löydettävissä tulevaisuudessa? Yksi vaihtoehto tietotulvassa räpiköimiselle on antaa ajan kulu ja luottaa algoritmien kehittymiseen: kenties verkkopalvelut osaavat tulevaisuudessa poimia juuri sinun tai tieteenalasi tutkimusintressejä vastaavat sisällöt reaaliajassa. Toisaalta voi myös olla, että alustat alkavat itse kuratoida tieteellisiä sisältöjä asiantuntijatyönä samaan tapaan kuin käyttöehtoja rikkovan sisällön poistamiseksi toimitaan. Tällä hetkellä arkistointi on usein omissa käsissä ja hyvätkin sisällöt hautautuvat ohjelmien suosikkeihin, soittolistoihin ja Twitterin tykkäyksiin.

Yksi kiinnostava yritys ratkaista tätä ongelmaa perustuu juuri manuaaliseen kuratointiin ja toimii vieläpä liiketaloudellisin perustein. The Syllabus -verkkopalvelu toimittaa 12 euron kuukausimaksun vastineeksi viikoittaisen linkkilistan tieteellisistä ja yleistajuisimmista artikkeleista, kirjoista sekä luennoista, dokumenteista ja podcasteista, jotka vastaavat tilaajan määrittelemiä aihepiirejä ja julkaisumuotoja. Syllabuksen kuratointi keskittyy erityisesti yhteiskuntatieteisiin ja humanistisiin tieteisiin.

Syllabus-palvelun perustajan, valkovenäläinen Jevgeni Morozovin mukaan projekti sai alkunsa siitä yksinkertaisesta havainnosta, että tärkeät sisällöt verkkoalustoilla eivät ole samoja kuin suosittu sisällöt. Morozovin mukaan tärkeitä ja erinomaisia tiedesisältöjä julkaistaan enemmän kuin koskaan, mutta tieto näistä sisällöistä on jakautunut hyvin epätasaisesti. Manuaalisella luokittelulla ja automaattisella suosittelulla Syllabus pyrkii korjaamaan juuri tätä ongelmaa.

Oman ajankäytön näkökolmasta kaksitoista euroa kuukaudessa on kohtuullinen hinta siitä, että joukko asiantuntijoita perehtyy uusiin sisältöihin ja suosittelee niitä juuri minulle. Alussa palvelu tuntui jopa liian hyvältä jaettavaksi kollegoille: sehän on eräänlaista akateemista dopingia! Vaikka Syllabus tekee työnsä hyvin, olen varma että markkinoilla olisi kysyntää myös kilpailijoille.

Syllabuksen kaltaiset palvelut tekevät samalla myös tärkeää arkistointityötä. Mainosrahoitteisten verkkoalustojen liiketoiminta ei jatku ikuisesti; eivätkä myöskään niiden tarjoamat ilmaiset palvelut. Kun sisällöt joskus katoavat bittiavaruuteen, niin olisi tärkeää, jos jonkun palvelun tietokannasta löytyisi merkintä Tarton yliopiston teologisen tiedekunnan erinomaisesta luentosarjasta. Syllabuksen kautta minäkin sen löysin.



Markus Kainu

Kirjoittaja työskentelee erikoistutkijana Kellan tutkimusyksikössä ja seuraa aktiivisesti Venäjän ja Itä-Euroopan tutkimusta.